

## **PERANAN STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD PUTRA SAWO KECAMATAN SAWO**

**Berkat Syukur Gea<sup>1</sup>, Idarni Harefa<sup>2</sup>**

Universitas Nias

e-mail: meiberkatg@gmail.com

**Abstrak** – Persaingan dunia usaha dalam bidang produk dan jasa yang semakin ketat adalah memberikan nilai dan kepuasan bagi konsumen dengan adanya produk dan jasa yang semakin berkualitas. Pelaku usaha harus memiliki syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yaitu harus mencapai keunggulan bersaing dalam menciptakan produk atau jasa yang diminati oleh konsumen. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha atau pembisnis dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Strategi promosi yang diterapkan pada UD Putra Sawo merupakan hanya penjualan langsung, mouth to mouth, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat tidak dengan menggunakan periklanan dan media sosial lainnya. Dikarenakan kurangnya wawasan karyawan UD Putra Sawo dalam menerapkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan dalam perusahaan. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peranan Strategi Promosi dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat deskriptif, dengan menggunakan metode kualitatif. Kunci informasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo sebanyak 5 orang dan keterwakilan dari pelanggan sebanyak 5 orang sehingga jumlah informan pada penelitian ini sebanyak 10 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi promosi yang efektif memiliki dampak yang signifikan dalam pertumbuhan dan keberhasilan usaha pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo. Strategi promosi membantu mengidentifikasi target pelanggan yang potensial, dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan pesan dan taktik promosi yang dilakukan oleh UD Putra Sawo Kecamatan Sawo. Strategi promosi memungkinkan UD Putra Sawo untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan melalui komunikasi yang terus-menerus dan pelayanan pelanggan yang baik.

**Kata Kunci:** Strategi, Promosi, Konsumen, Peranan.

**Abstract** – This study aims to analyze the influence of poverty, economic growth based on labor, and the Human Development Index (HDI) on community welfare in North Sumatra during the period 2020-2022. Community welfare is the main focus of this study, by describing how economic and social factors such as poverty, economic growth, and HDI interact with each other and affect the level of population welfare in the province. The data analysis methods used include secondary data collection, descriptive statistical analysis, and regression models to evaluate the relationship between these variables. The results of the study are expected to provide important insights to stakeholders and policy makers to improve community welfare in North Sumatra and

*identify areas where improvement efforts can be made. This study can make an important contribution in planning a more inclusive and sustainable economic and social development strategy for the region.*

**Keywords:** *Strategy, Promotion, Consumers, Role.*

## **PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang ingin di capai. Selain bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya, perusahaan juga berusaha untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Dalam mewujudkan tujuan tersebut maka setiap perusahaan dituntut untuk mencari, menemukan dan menerapkan strategi-strategi yang tepat terutama dalam menghadapi era persaingan yang semakin ketat.

Salah satu tanggung jawab penting bagian pemasaran suatu perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen serta menanggapi kebutuhan dan kesempatan itu secara efektif bertujuan agar volume penjualan dapat dipertahankan ataupun ditingkatkan.

Tanggung jawab lain yang dilakukan oleh bagian pemasaran adalah memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Suatu produk jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut akan sulit bersaing di pasaran bahkan mungkin tidak akan dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen atas menciptakan permintaan atas produk tersebut.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, tingkat persaingan di antara perusahaan-perusahaan semakin meningkat setiap perusahaan akan selalu berusaha sekuat tenaga untuk memenuhi keinginan konsumen, berusaha agar produknya lebih unggul dari pesaing. Dalam menghadapi situasi tersebut maka perusahaan melakukan berbagai upaya yang bertujuan untuk memenangkan persaingan.

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen adalah melalui kegiatan strategi promosi. Suatu produk yang awalnya tidak dikenal, tetapi dengan adanya strategi promosi yang efektif maka dapat mengubah dan mempengaruhi perilaku konsumen sehingga akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Untuk mendukung strategi promosi tersebut, perusahaan harus memiliki pengetahuan yang luas tentang perilaku konsumen.

Kesuksesan ekonomi sebuah perusahaan tergantung kepada kemampuannya untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku konsumen agar membeli produk yang ada di dalam perusahaan.

UD. Putra Sawo yang berlokasi di kecamatan Sawo terus berusaha dengan maksimal untuk mempertahankan eksistensinya, sebagai suatu usaha yang bergerak dibidang penjualan barang-barang jadi seperti : beras, pakaian, lemari, perlengkapan kamar mandi, perkakas dan berbagai kebutuhan lainnya.

Usaha ini juga mengalami persaingan yang dimana sejak berdirinya UD Putra Sawo pada Tahun 1982 sampai 1999 mengalami peningkatan penjualan. Namun setelah 1999 sampai 2023, UD Putra Sawo Mengalami persaingan dalam dunia usaha. Hal ini disebabkan karna semakin banyaknya usaha-usaha yang sejenis di daerah tersebut yang menyebabkan banyaknya konsumen yang beralih ke usaha lain. Untuk mengatasi masalah ini, maka UD.

Putra Sawo melakukan strategi-stategi yang tepat untuk memenangkan persaingan, atau paling tidak mempertahankan agar konsumen yang menjadi langganan tetap selamanya tidak berpindah ke usaha pesaing.

Dari beberapa artikel jurnal yang berkaitan dengan strategi pemasaran, peneliti menemukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Yaitu penelitian dari Wahyuni H. (2019), dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan” hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan strategi promosi dapat meningkatkan penjualan dalam sebuah perusahaan. Menurut Hermawan (2016: 1), “strategi promosi adalah salah satu komponen prioritas dan kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menarik konsumen untuk melakukan pembelian”.

Adapun upaya yang dilakukan oleh UD. Putra Sawo adalah antara lain dengan memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen melalui kegiatan promosi dengan tujuan mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada UD. Putra Sawo dengan judul: “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UD. Putra Sawo kecamatan Sawo”.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif suatu data penelitian untuk mendiskripsikan dan menganalisis fenomena, aktivitas sosial, sikap dan manusia. Ragam peristiwa, pemikiran dan persepsi orang atau kelompok. Menurut Sugiyono (2018: 213), “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna”.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian merupakan suatu hasil akhir dari proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji rumusan masalah yang telah ditetapkan. Hasil penelitian mencakup semua data, temuan, dan informasi yang dikumpulkan selama proses penelitian, deskripsi penelitian sangat berguna untuk menjelaskan semua data dan informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian.

Penelitian ini dapat terlaksana dengan adanya lokasi yang dipilih oleh peneliti beserta orang-orang yang berkecimpung didalamnya terdiri dari karyawan dan pelanggan pada UD Putra Sawo kecamatan Sawo yang secara langsung berkecimpung dalam memberikan data dan informasi.

Sesuai dengan metode pengumpulan data yang digunakan, maka peneliti telah mengajukan pertanyaan dalam bentuk wawancara kepada informan sebanyak 10 orang. Pertanyaan yang diajukan kepada seluruh informan terjawab dan diolah peneliti agar dapat menjadi sebuah informasi yang akurat.

Dari jawaban seluruh informan atas pertanyaan yang diajukan peneliti, maka terdapat jawaban yang sama dari informan atas pertanyaan yang sama dan terdapat juga jawaban atau pendapat yang berbeda atas pertanyaan yang diberikan. Dengan demikian, peneliti menganalisa dan mengumpulkan seluruh jawaban yang dijadikan sebagai data yang akan diuraikan pada analisa dan pembahasan dalam bab ini.

Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan, peneliti mencoba menanyakan

beberapa hal terkait tentang strategi promosi dalam meningkatkan penjualan sesuai pada draft wawancara yang sudah tersedia, yaitu sebagai berikut:

**1. Apakah pada UD. Putra Sawo menerapkan yang namanya strategi promosi dalam Usahanya?**

Berdasarkan hasil wawancara dari Bapak Toroziduhu Telaumbanua sebagai Manager *founder* pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 13.30 WIB bertempat di UD Putra Sawo, ditemukan informasi bahwa UD Putra Sawo tidak semuanya menerapkan strategi promosi di UD Putra Sawo, hanya secara penjualan langsung dan *mouth to mouth*. Dalam hal ini, *Founder* atau pendiri pada UD Putra Sawo, informan 1 menyatakan bahwa:



**Gambar 1** Wawancara Dengan Founder UD Putra Sawo Kecamatan Sawo.

*“Sangat penting menerapkan yang namanya strategi promosi di dalam dunia Usaha Dagang, yang dimana strategi promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Namun, strategi yang digunakan pada UD Putra Sawo hanya secara penjualan langsung dan mouth to mouth saja.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa strategi promosi sangat penting diterapkan pada UD Putra Sawo. Begitu juga dengan informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 15.00 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Hendrikus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

*“Sebagai karyawan kami diberi tugas oleh pemilik UD Putra Sawo untuk menjual barang-barang dagang yang ada di UD Putra Sawo dengan menerapkan strategi penjualan secara langsung dan mouth to mouth, melainkan tidak menggunakan strategi promosi lain seperti periklanan, promosi penjualan, sponsor acara promosi pemasaran online dan media padahal itu sangat berpengaruh penting untuk menarik konsumen atau pembeli.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan strategi promosi sangat penting dilakukan, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 14.00 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Adil Setia Gea, informan 5 menyatakan bahwa:

*“Kami sebagai karyawan, tidak semuanya melakukan yang namanya strategi promosi pada UD Putra Sawo, karna UD Putra Sawo masih belum mengenal lebih dalam yang namanya strategi-strategi promosi dalam meningkatkan penjualan. namun, UD Putra Sawo lebih dominan melakukan secara penjualan langsung dan mouth to mouth saja, tidak menggunakan strategi promosi lain seperti periklanan, promosi penjualan, sponsor acara promosi, pemasaran online dan media sosial.”*

**2. Bagaimana Strategi promosi yang diterapkan selama ini pada UD. Putra Sawo Kecamatan Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Hendrikus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pemasaran UD Putra Sawo Kecamatan Sawo pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 15.00 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo,

ditemukan bahwa UD Putra Sawo hanya menggunakan strategi penjualan langsung dan *mouth to mout* saja. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian pemasaran UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, informan 4 menyatakan bahwa:

*“Sebenarnya Strategi Promosi sangat penting dalam suatu usaha, namun, UD Putra Sawo menerapkan strategi promosi hanya secara penjualan langsung dan mouth to mouth saja, tidak menggunakan strategi promosi lain seperti periklanan, promosi penjualan, sponsor acara promosi pemasaran online dan media. karna UD Putra Sawo masih belum mengenal lebih dalam yang namanya strategi-strategi promosi dalam meningkatkan penjualan.*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa strategi promosi dapat membantu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran. Begitu juga dengan informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama, pada hari Jum’at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 14.00 WIB peneliti bertanya langsung kepada saudari Adil Setia Gea sebagai karyawan bagian pemasaran informan ke 5 menyatakan bahwa:

*“Strategi promosi yang dilakukan oleh UD Putra Sawo yaitu menerapkan strategi penjualan langsung dan mouth to mouth saja, tidak menggunakan strategi promosi lain seperti periklanan, promosi penjualan, sponsor acara promosi pemasaran online dan media sosial.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa strategi promosi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo, begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Jum’at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 16.15 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Otilia Telaumbanua sebagai karyawan bagian administrasi, informan 2 menyatakan bahwa:



**Gambar 2** Wawancara Dengan Administrasi UD Putra Sawo.

*“Strategi Promosi yang diterapkan pada UD Putra Sawo hanyalah menggunakan strategi-strategi promosi yang sudah lama yaitu Penjualan langsung dan mouth to mouth tanpa menggunakan strategi-strategi promosi lainnya seperti periklanan, poster, promosi penjualan dan lain-lain. Padahal jika seandainya banyak strategi-strategi promosi yang di gunakan pada UD Putra Sawo maka lebih meningkat lagi penjualan-penjualan pada UD Putra Sawo.”*

### **3. Apa saja faktor penghambat Penerapan strategi promosi pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Hendrikus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pemasaran UD Putra Sawo Kecamatan Sawo pada hari Jum’at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 15.00 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, ditemukan bahwa faktor penghambat strategi promosi pada UD Putra Sawo merupakan hal penting yang harus di perhatikan untuk peningkatan penjualan pada UD Putra Sawo. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian pemasran, informan 4 menyatakan bahwa:

*“Faktor penghambat strategi promosi pada UD Putra Sawo yaitu kurangnya*

*pemanfaatan media sosial, kurangnya keikutsertaan dalam mengadakan event, dan tidak menggunakan yang namanya barang promosi, dikarenakan UD Putra Sawo masih belum mengenal lebih dalam yang namanya strategi-strategi promosi dalam meningkatkan penjualan..*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa penghambat strategi promosi sangat penting untuk diketahui supaya ada perubahan perkembangan penerapan strategi promosi pada UD Putra Sawo kedepannya dengan peningkatan penjualan yang semakin meningkat. Begitu juga dengan informan 1, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 13.30 WIB, peneliti bertanya langsung Bapak Toroziduhu Telaumbanua sebagai *Manager founder* pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, informan 1 menyatakan bahwa:

*“Pada UD Putra Sawo, yang menjadi hambatan-hambatan dalam menerapkan strategi promosi yaitu kurangnya pengalaman yang dalam mengenai penerapan strategi promosi, pemanfaatan media sosial, kurangnya keikutsertaan dalam mengadakan event, dan tidak menggunakan yang namanya barang promosi. Padahal dengan menggunakan yang namanya strategi promosi sebelumnya, peningkatan penjualan pada UD Putra Sawo akan semakin meningkat, tetapi dikarenakan kurangnya pengalaman dalam menerapkan yang namanya strategi promosi pada UD. Putra Sawo yang menjadi hambatan penting yang harus dirubah untuk kedepannya dan itu akan menjadi pengalaman kedepan bagi UD Putra Sawo.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa hambatan-hambatan dalam strategi Promosi perlu diketahui dalam suatu usaha dikarenakan berpengaruh penting dalam peningkatan penjualan pada UD Putra Sawo, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Sabtu tanggal 28 Oktober 2023, pukul 11.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Fransiskus Telaumbanua sebagai karyawan bagian Gudang, informan 3 menyatakan bahwa:

*“penghambat strategi promosi pada UD Putra Sawo sangat penting untuk diketahui dikarenakan memengaruhi peningkatan penjualan di dalam sebuah usaha. UD Putra Sawo merupakan usaha yang posisinya lagi bersaing di daerah kecamatan sawo, dikarenakan mulai banyaknya persaingan-persaingan usaha penjualan, oleh karena itu UD Putra Sawo untuk saat ini mulai berkurangnya daya minat atau pembelian konsumen dikarenakan kurangnya hambatan-hambatan strategi promosi yaitu kurangnya pengalaman yang dalam mengenai penerapan strategi promosi.”*

#### **4. Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi pada UD. Putra Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Toroziduhu Telaumbanua sebagai *Manager founder* pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 13.30 WIB bertempat di UD Putra Sawo, Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian *Manager founder*, informan 1 menyatakan bahwa:

*“Yang bertanggung jawab terhadap kegiatan promosi pada UD Putra Sawo adalah tugas dari karyawan pemasaran yang bertanggungjawab untuk mengelola berbagai penerapan strategi pemasaran. Namun, salah satu kelamahan dari karyawan pemasaran UD Putra Sawo, kurangnya pengalaman dalam menerapkan strategi promosi pada UD Putra Sawo ”.*

Dari pernyataan informan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang bertanggung jawab dalam penerapan strategi promosi pada UD Putra Sawo yaitu bagian karyawan pemasaran, dengan diketahuinya yang bertanggung jawab dalam penerapan strategi pada UD Putra Sawo maka kedepannya penerapan berbagai strategi-strategi promosi akan lebih baik lagi, dikarenakan bagian karyawan pemasaran harus di bekali dengan

wawasan penerapan strategi promosi. Begitu juga dengan informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 27 Oktober 2023, pukul 14.00 WIB, peneliti bertanya langsung saudara Adil Setia Gea sebagai karyawan bagian karyawan pemasaran, informan 5 menyatakan bahwa:

*“Pada UD Putra Sawo yang bertanggung jawab terhadap penerapan strategi promosi yaitu karyawan bagian pemasaran (kami sendiri), namun ada beberapa kendala bagi kami terhadap karyawan bagian pemasaran dalam penerapan strategi promosi ini, yaitu kurangnya wawasan dalam menerapnkan yang namanya strategi-strategi promosi, setelah kami ketahui dari peneliti bahwa strategi- strategi promosi, periklanan, poster, media sosial dan lain-lain. Maka kedepannya akan menjadi wawasan bagi kami untuk menerapkan strategi promosi yang lebih baik lagi, demi kemajuan UD Putra Sawo. .”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa yang bertanggung jawab terhadap strategi promosi sangatlah berpengaruh penting terhadap UD Putra Sawo dikarenakan penginformasikan, mempersuasi, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen untuk mengenal produk yang ada pada UD. Putra Sawo. Begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal Jum’at Oktober 2023, pukul 15.00 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Hendrikus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

*“Yang bertanggung jawab untuk mengelola penerapan strategi promosi pada UD Putra Sawo yaitu bagian karyawan pemasaran. Namun, salah satu kelamahan dari karyawan pemasaran UD Putra Sawo yaitu kurangnya pengalaman atau wawasan dalam menerapkan strategi promosi pada UD Putra Sawo.”*

##### **5. Bagaimana strategi promosi yang efektif guna meningkatkan penjualan pada UD. Putra Sawo Kecamatan Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Toroziduhu Telaumbanua sebagai Manager founder pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, pada hari jum’at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 13.30 WIB bertempat di UD Putra Sawo, di temukan bahwa strategi promosi yang efektif yang kedepannya digunakan pada UD Putra Sawo tidak hanya secara penjualan langsung dan mouth to mouth saja, melainkan kedepannya akan menerapkan strategi-stragi promosi yang lebih efektif lagi, untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian *Manager founder*, informan 1 menyatakan bahwa:

*“Upaya dalam mengembangkan strategi promosi yang efektif pada UD Putra Sawo yaitu dengan menerapkan yang namanya strategi-strategi promosi selain penjualan langsung dan mouth to mouth yang digunakan oleh UD Putra Sawo sebelumnya, untuk menarik konsumen atau pelanggan sehingga perusahaan akan mencapai keunggulan dari perusahaan lainnya”.*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa upaya penerapan strategi promosi yang efektif mengembangkan *dapat* membantu menarik dan mempertahankan pelanggan pada UD Putra Sawo. Begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Sabtu tanggal 28 Oktober 2023, pukul 11.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Saudara Fransiskus Telaumbanua sebagai karyawan bagian Gudang, informan 3 menyatakan bahwa:

*“Strategi promosi yang efektif yang digunakan pada UD Putra Sawo sebaiknya tidak hanya meggunakan strategi promosi penjualan secara langsung dan mouth to mouth saja, melainkan menerapkan strategi promosi yang lainnya seperti poster, periklanan, dan media sosial lainnya. Yang meninbulkan daya minat konsumen untuk membeli pada UD Putra Sawo.”*

## **6. Apakah UD. Putra Sawo Menggunakan Advertising dalam meningkatkan penjualan?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudari Adil Setia Gea sebagai bagian karyawan pemasaran, pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 14.00 WIB. Adapun upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada bagian karyawan pemasaran UD Putra Sawo, informan 5 menyatakan bahwa :

*“Adapun strategi promosi yang dilakukan UD Putra Sawo dalam meningkatkan penjualan namun tidak dengan Advertising(periklanan) yaitu Penjualan langsung dan mouth to mouth tanpa menggunakan strategi-strategi promosi lainnya seperti periklanan, poster, promosi penjualan dan lain-lain. Padahal jika seandainya banyak strategi-strategi promosi yang di gunakan pada UD Putra Sawo maka lebih meningkat lagi penjualan-penjualan pada UD Putra Sawo.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa Advertising(Periklanan) sangat penting untuk kelangsungan berjalannya UD Putra Sawo. Begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal Jum'at Oktober 2023, pukul 15.00 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Hendrikus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

*“UD Putra Sawo tidak semuanya menerapkan strategi promosi salah satunya Advertising(Periklanan) hanya penjualan langsung dan mouth to mouth saja, padahal jika Advertising(Periklanan) di terapkan pada UD Putra Sawo maka peningkatan penjualan atau minat konsumen akan semakin bertambah.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa UD Putra Sawo harus menerapkan strategi-strategi promosi lain dalam peningkatan penjualan pada UD Putra Sawo, dengan menerapkannya strategi-strategi promosi lain seperti periklanan, selain penjualan langsung dan mouth to mouth saja, maka peningkatan penjualan pada UD Putra Sawo akan Semakin meningkat, dikarenakan minat keinginan konsumen akan semakin bertambah. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Jum'at tanggal 27 Oktober 2023, pukul 16.15 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Otilia Telaumbanua sebagai karyawan bagian administrasi, informan 2 menyatakan bahwa:

*“UD Putra Sawo meningkatkan penjualan dengan menerapkan penjualan langsung dan mouth to mouth saja, tidak dengan Advertising(Periklanan). namun, UD Putra Sawo lebih meningkat lagi penjualannya jika menggunakan strategi-strategi promosi lain seperti, Advertising(Periklanan) poster dan media sosia lainnya.”*

## **7. Bagaimana pentingnya pengaturan harga dalam strategi promosi untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Fransiskus Telaumbanua pada hari senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 09.30 WIB bertempat di UD Putra Sawo ditemukan bahwa pengaturan harga adalah aspek yang sangat penting dalam strategi peromosi untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian pemasaran pada UD Putra Sawo, informan 3 menyatakan bahwa:

*“Harga yang ditetapkan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai produk atau layanan. Harga yang terlalu rendah mungkin dapat merusak persepsi kualitas, sementara harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik. Oleh karena itu, pengaturan harga yang tepat dapat membantu menciptakan persepsi nilai yang baik di mata pelanggan dengan menyesuaikan harga berdasarkan modal pembelian dengan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa pengaturan harga adalah aspek yang sangat penting dalam strategi promosi untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di UD Putra Sawo, peneliti bertanya langsung kepada saudari Otilia Telaubanua sebagai bagian administrasi, informan 2 menyatakan bahwa:

*“Pengaturan harga yang baik dapat memungkinkan UD Putra Sawo, untuk dapat bersaing di pasar dengan lebih efektif. Harga yang bersaing dapat membuat produk atau layanan lebih menarik bagi pelanggan yang mencari nilai terbaik.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa pengaturan harga adalah aspek yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 10.15 WIB bertempat pada UD Putra Sawo, peneliti bertanya langsung kepada saudara Hendrikus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 4 menyatakan bahwa:

*“Pengaturan harga yang tepat dapat membantu meningkatkan margin keuntungan perusahaan. Dengan menetapkan harga yang memadai di atas biaya produksi dan distribusi, UD Putra Sawo dapat memastikan bahwa mereka mendapatkan keuntungan yang cukup untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis serta dapat meningkatkan volume penjualan”*

#### **8. Seberapa penting *personal selling*(penjualan pribadi) dalam meningkatkan penjualan pada UD. Putra Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Ama Fendi Laoli sebagai pelanggan pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 12.30 WIB bertempat pada UD Putra Sawo. UD Putra Sawo ditemukan bahwa *Personal Selling*(Penjualan pribadi) adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di UD Putra Sawo, bahkan bisa dikatakan bahwa penjualan pribadi merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran yang berhasil. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada pelanggan, informan 6 menyatakan bahwa:



**Gambar 3** Wawancara Dengan Pelanggan UD Putra Sawo.

*“Personal Selling yang baik membangun kepercayaan pelanggan. Pelanggan yang menerima Personal Selling yang baik, akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan personal selling yang baik.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa *Personal Selling*(Penjualan pribadi) adalah faktor yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Begitu juga dengan informan 7, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 12.45 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, peneliti bertanya langsung kepada Bapak Ama Nobel Telaumbanua sebagai pelanggan, informan 7 menyatakan bahwa:

*“Konsumen yang menerima pelayanan Personal Selling(Penjualan pribadi) cenderung memberikan ulasan positif untuk membeli kembali pada UD Putra Sawo. Ulasan positif dan rekomendasi dari pelanggan adalah salah satu bentuk promosi yang paling kuat untuk meningkatkan daya niat beli konsumen.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa *Personal Selling*(Penjualan pribadi) adalah faktor yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, begitu juga informan 9, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 13.00 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, peneliti bertanya langsung kepada Bapak Ama Nota Gea sebagai pelanggan, informan 8 menyatakan bahwa:

*“Pelanggan yang merasa puas dengan layanan Personal Selling(Penjualan pribadi)cenderung akan menarik konsumen untuk membeli di perusahaan tersebut. Ini menghasilkan pelanggan yang kembali berulang kali, yang merupakan sumber pendapatan berkelanjutan bagi perusahaan.”*

#### **9. Bagaimana strategi penetapan harga dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau merek untuk meningkatkan pada UD Putra Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Emanuel Hulu, S.E sebagai Manager Pembukuan pada hari Rabu tanggal 30 Oktober 2023, pukul 10.00 WIB bertempat pada UD Putra Sawo, ditemukan bahwa strategi penetapan harga dapat memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk atau merek pada UD Putra Sawo, dan ini memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian mereka. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada bagian administrasi, informan 2 menyatakan bahwa:

*“Dalam suatu perusahaan, harga sering dianggap sebagai indikasi kualitas produk atau layanan. Dalam beberapa kasus, harga yang lebih tinggi dapat memberi kesan produk yang lebih berkualitas, sementara harga yang lebih rendah mungkin diinterpretasikan sebagai produk yang lebih murah atau kurang berkualitas. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat dapat membentuk persepsi kualitas produk dan menarik pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan pada UD Putra Sawo.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa strategi penetapan harga dapat memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk atau merek pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 09.30 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, peneliti bertanya langsung kepada Fransiskus sebagai karyawan pergudangan, informan 3 menyatakan bahwa:

*“Pengaturan harga yang baik memungkinkan UD Putra Sawo Kecamatan Sawo untuk bersaing di pasar dengan lebih efektif. Harga yang bersaing dapat membuat produk atau layanan lebih menarik bagi pelanggan yang mencari nilai terbaik, dan tetap bersaing dengan perusahaan lain dengan kualitas terbaik.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa strategi penetapan harga dapat memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap produk atau merek pada UD Putra Sawo, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 13.15 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, peneliti bertanya langsung kepada saudari Adil Setia Gea sebagai karyawan bagian pemasaran, informan 5 menyatakan bahwa:

*“Pengaturan harga harus sejalan dengan elemen-elemen lain dari strategi pemasaran, seperti bagaimananya perusahaan melaukan strategi promosi,*

*distribusi, dan harga. Harga yang konsisten dapat membantu menciptakan pesan yang kuat sehingga dapat mengubah keputusan pembeli dari tidak membeli akhirnya berkeinginan untuk membeli. Dengan demikian, peningkatan penjualan akan semakin meningkat.”*

**10. Apa saja elemen penting yang harus dipertimbangkan dalam merancang Sales Promostion(promosi penjualan) yang sukses untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Ama Mida Gea pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 15.00 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, ditemukan bahwa merancang strategi *Sales Promotion*(Promosi Penjualan) yang sukses, dapat melibatkan berbagai elemen penting yang harus dipertimbangkan dengan cermat. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Pelanggan, informan 9 menyatakan bahwa:



**Gambar 4** Wawancara Dengan Pelanggan UD Putra Sawo.

*“Salah satu elemen penting adalah menentukan tujuan dan produk promosi, dimana bahwa menentukan dengan jelas tujuan apa yang ingin dicapai melalui promosi penjualan. Maka peningkatan kesadaran merek, mendapatkan lebih banyak pelanggan, serta tercapainya target pasar yang ingin dicapai dengan promosi penjualan.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa salah satu elemen penting pada UD Putra Sawo yaitu menentukan tujuan dan promosi penjualan dapat meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Begitu juga dengan informan 10, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Selasa tanggal 31 Oktober 2023, pukul 10.25 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, peneliti bertanya langsung kepada Bapak Ama Selamat Harefa (Fonaduhu Harefa) sebagai pelanggan, informan 10 menyatakan bahwa:

*“Selain itu elemen lain dalam promosi penjualan adalah membuat pesan yang jelas, konsisten, dan menarik. Yang akan disampaikan kepada konsument sebagai target. Pesan harus mencerminkan nilai unik produk atau layanan perusahaan dan mengapa pelanggan harus tertarik.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa UD Putra Sawo dapat meningkatkan penjualan jika menerapkan elemen tersebut, begitu juga informan 7, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 30 oktober 2023, pukul 12.45 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, peneliti bertanya langsung kepada saudara Bapak Nobel Telaumbanua sebagai pelanggan pada UD Putra Sawo, informan 7 menyatakan bahwa:

*“Perlu memilih platform atau saluran promosi penjualan yang sesuai dengan situasi masyarakat sebagai target promosi. Ini dapat mencakup iklan digital, media sosial, email marketing, promosi langsung, pameran dagang, atau berbagai kombinasi lainnya yang dimana tujuannya meningkatkan penjualan*

*pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo.”*

**11. Bagaimana UD Putra Sawo dapat mengembangkan *Positioning* yang kuat untuk produk atau layanan kepada pelanggan dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada saudara Fransiskus Telaumbanua sebagai karyawan bagian pergudangan pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 09.30 WIB bertempat pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo, ditemukan bahwa mengembangkan *positioning* yang kuat akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada karyawan bagian pergudangan, informan 3 menyatakan bahwa:

*“Upaya mengembangkan positioning yang kuat dan efektif merupakan cara perusahaan untuk menarik konsumen atau pelanggan sehingga perusahaan akan mencapai keunggulan dari perusahaan lainnya.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa upaya mengembangkan *positioning* yang kuat akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan. Begitu juga dengan informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 13.15 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Adil Setia Gea sebagai Kepala karyawan bagian pemasaran, informan 5 menyatakan bahwa:

*“Mengembangkan positioning yang kuat dan efektif merupakan strategi yang digunakan UD Putra Sawo untuk menarik konsumen atau pelanggan sehingga perusahaan akan mencapai keunggulan dari perusahaan lainnya.”*

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa upaya mengembangkan *positioning* yang kuat akan membantu menarik dan mempertahankan pelanggan, begitu juga informan 6, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, pukul 13.35 WIB, peneliti bertanya langsung kepada Nota Syukuer Gea sebagai pelanggan UD Putra Sawo, informan 6 menyatakan bahwa:

*“UD Putra Sawo terus berupaya melakukan pemasaran untuk menarik pelanggan dengan mengembangkan positioning yang kuat dan efektif sehingga berdampak pada peningkatan penjualan produk pada UD Putra Sawo.”*

## **PEMBAHASAN**

Peranan strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo sangat penting dalam menghadapi persaingan pasar. Strategi promosi yang efektif tidak hanya membantu meningkatkan penjualan tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Strategi promosi yang diterapkan selama ini pada UD Putra Sawo yaitu hanya penjualan langsung, *mouth to mouth*, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat tidak dengan menggunakan periklanan dan media sosial lainnya. Dikarenakan kurangnya wawasan karyawan UD Putra Sawo dalam menerapkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan dalam perusahaan.

Dengan merancang dan melaksanakan strategi yang efektif, UD Putra Sawo dapat meningkatkan penjualan produk, membangun kesadaran merek yang kuat, dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Strategi promosi bukan hanya tentang menjual produk atau layanan, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka.

Strategi promosi bukan hanya tentang memperkenalkan produk, tetapi juga menjadi solusi dalam upaya untuk mempermudah proses bisnis, mendorong kegiatan bisnis yang dijalankan agar dapat dioptimalkan di setiap titik pada operasional bisnis. Hal ini berperan

sebagai fondasi strategis yang kuat untuk bisnis, terutama di tengah persaingan yang semakin padat.

Berdasarkan tujuan dari pada penelitian ini, bahwa peneliti ingin mengetahui bagaimana peranan strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo, maka dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi promosi berperan untuk meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo. Menurut Reni Indra Sari dari penelitian terdahulu (2016: 35) “Peranan Strategi Promosi Sangat penting di dalam sebuah usaha, untuk meningkatkan kesadaran konsumen, memotivasi pembelian, membangun citra *brand*, dan penyesuaian persaingan.” Beberapa peranan strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada UD Putra Sawo adalah sebagai berikut:

1. Untuk Meningkatkan kesadaran konsumen  
Strategi promosi membantu meningkatkan tingkat kesadaran konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh usaha. Melalui iklan promosi, media sosial, atau kegiatan promosi lainnya, usaha dapat menarik perhatian konsumen dan membuat mereka lebih mengenal produk layanan yang disediakan.
2. Memotivasi Pembelian  
Salah satu tujuan penting dari strategi promosi adalah dengan memberikan insentif atau menekankan manfaat unik dari produk atau layanan, strategi promosi dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Diskon khusus, penawaran waktu terbatas, atau bonus pembelian adalah contoh cara di mana promosi dapat mendorong konsumen untuk mengambil tindakan segera.
3. Membangun Citra *Brand*  
Melalui strategi promosi, UD Putra Sawo dapat mempromosikan produk atau layanan mereka dengan efektif. Strategi promosi juga membantu dalam membangun citra brand yang positif. Melalui pesan yang disampaikan dalam iklan dan promosi, usaha dapat membentuk persepsi konsumen terhadap merek mereka. Citra brand yang kuat dapat menciptakan kepercayaan konsumen dan memotivasi mereka untuk memilih produk atau layanan dari merek tersebut. Ini mencakup penyampaian pesan yang menarik, menampilkan keunggulan produk atau layanan, dan menawarkan insentif seperti diskon atau penawaran khusus untuk mendorong pembelian.
4. Untuk Pengenalan Produk  
Umpan balik dari pelanggan yang diperoleh melalui strategi promosi dapat digunakan untuk pengenalan produk. UD Putra Sawo dengan menggunakan strategi promosi yang cermat, dapat menghasilkan peningkatan penjualan yang semakin meningkat.
5. Penyesuaian dengan Persaingan  
Melalui pemantauan pasar dan pesaing, strategi pemasaran membantu UD Putra Sawo memahami *trend* pasar dan mengidentifikasi cara untuk bersaing dengan lebih baik. Ini dapat mencakup penetapan harga yang lebih cerdas, penargetan pelanggan potensial pesaing atau peningkatan nilai tambah produk.
6. Penggunaan Media Yang Tepat  
Memilih media yang sesuai untuk strategi promosi juga sangat penting. Apakah itu iklan cetak, iklan televisi, promosi online, atau kegiatan pemasaran langsung, pemilihan media yang tepat akan memastikan pesan sampai kepada target audiens dengan efektif.
7. Pengukuran dan analisis kinerja  
Setelah pelaksanaan strategi promosi, penting bagi UD Putra Sawo untuk melakukan pengukuran kinerja. Analisis data penjualan, respons konsumen, dan dampak promosi dapat membantu usaha menilai keberhasilan kampanye dan membuat perbaikan untuk strategi promosi dimasa depan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UD Putra Sawo., maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi promosi yang efektif memiliki dampak yang signifikan dalam pertumbuhan dan keberhasilan usaha pada Pada UD Putra Sawo.
2. Strategi promosi yang diterapkan selama ini pada UD Putra Sawo hanya penjualan langsung, mouth to mouth, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat tidak dengan menggunakan periklanan dan media sosial lainnya.
3. Yang menjadi pengaruh penting dalam strategi promosi dikarenakan kurangnya wawasan karyawan UD Putra Sawo dalam menerapkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan dalam perusahaan.
4. Strategi promosi membantu mengidentifikasi target pelanggan yang potensial, dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan pesan dan taktik pemasaran yang dilakukan oleh UD Putra Sawo.
5. Strategi promosi berpengaruh penting terhadap penjualan produk pada UD Putra Sawo, yang akan memberikan dampak positif yaitu dapat meningkatkan volume penjualan.
6. Strategi promosi pada UD Putra Sawo tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi dapat menstabilkan produksi usaha.
7. Strategi promosi yang baik adalah elemen kunci dalam meningkatkan penjualan dan membangun bisnis yang sukses. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang pelanggan, penggunaan data untuk pengambilan keputusan yang cerdas, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam pasar. Dengan strategi promosi yang efektif, UD Putra Sawo dapat mencapai pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan dan memperkuat posisi mereka dipersinggan pasar.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amaliah et al., 2015. "Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan". Desain Komunikasi Visual (Accesed on January 2020).
- Assauri. 2017. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep Dan Strategi, Edisi Satu, Cetakan Kesembilan, Rjawali Pers, Jakarta.
- Basu Swasta. (2018). Manajemen Pemasaran. Liberty. Jakarta.
- Basu Swasta. (2019). Manajemen Pemasaran. Liberty. Jakarta.
- Basu Swasta. (2020). Manajemen Pemasaran. Liberty. Jakarta.
- Daryono (2020). Manajemen Pemasaran. Bandung: Yrama Widya. Kotler. 2017. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid . Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi.
- Fandy Tjiptono. 2017. Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan dan Penelitian). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fitria. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Pada UD. Syamsudin Motor Di Banjarmasin (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan).
- Hermawan. (2016). Promosi Dalam Prioritas Kegiatan Pemasran. JAKARTA: PT. Buku Seru
- Irdha Yanti M. (2020). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kasmir. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Kotler dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Selemba Empat. Jakarta.
- Kotler Dan Keller. (2016) Manajemen Pemasaran Jilid Satu. Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip. 2017. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

- Krismiaji. (2018). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Midjan. (2019). Sistem Informasi Akuntansi. Yogyakarta: Andi.
- Muhammad Fakhur Rizky NST. "Pengaruh Promosi Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama". Jurnal Manajemen & Bisnis.
- Mulyadi. (2018). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Mursid. 2015, Manajemen Pemasaran, Edisi Satu, Cetakan kelima, Rineka Cipta, Jakarta
- Philip Kotler. (2015). Manajemen Pemasaran, Edisi Revisi, Indeks, Jakarta.
- Reni I. Sari. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor Cabang Perintis.
- Saleh, Yusuf. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV. Sah Media.
- Sedjati. (2018) Manajemen Pemasaran, Edisi Satu. Yogyakarta: laksbang pressindo.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2016). Metode Riset Bisnis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2017). Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Andi. Yogyakarta.
- Swasta, Basu. Modern. Yogyakarta: (2019). Manajemen Pemasaran BPFE.
- Tjiptono. 2016. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi.
- Wahyuni H. (2019). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Walliman, N. (2017). Research Methods: The Basics. Routledge. AMUS. Yogyakarta.
- Wirawan E.D Radianto. (2015). Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta.